

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Филологический факультет

УТВЕРЖДЕНО:

Декан

И.В. Тубалова

Оценочные материалы по дисциплине

Реклама книги и связи с общественностью

по направлению подготовки

42.03.03 Издательское дело

Направленность (профиль) подготовки:

Книгоиздательское дело

Форма обучения

Очная

Квалификация

Бакалавр

Год приема

2025

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

И.А. Айзикова

Председатель УМК

Ю.А. Тихомирова

Томск – 2025

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПК-4. Способен к организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИПК 4.1. Понимает особенности организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ, их регламентированность гражданским законодательством РФ, стандартами и иными нормативными актами.

ИПК 4.2. В целях организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ определяет целевую аудиторию потребителей, отбирает информацию о ситуации на рынке, использует технологии маркетинговых исследований.

ИПК 4.3. Использует современные информационные технологии и программные продукты для организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ.

2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания

Элементы текущего контроля: тестирование.

Критерии оценивания: результаты тестирования определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется, если даны правильные ответы на все вопросы.

Оценка «хорошо» выставляется, если даны правильные ответы как минимум на 7 вопросов.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если даны правильные ответы как минимум на 5 вопросов.

Тест 1 (ИПК 4.1.)

1. Впишите пропущенный в тексте термин:

«... поведение, строго говоря, и есть литературное поведение, когда читатель погружается в мир, описываемый в книге, идентифицирует себя с героем или проецирует самого себя в мир, о котором читает, как в реальную действительность».

2. Прочтите текст и напишите фамилию исследователя, о котором идет речь:

«Французский литературовед, который в конце 1980-х годов выпустил книгу «Пороги» и ввел термин «паратекст» - это комплекс всех элементов, задача которых – «знакомить» читателей с произведением и способствовать его правильной интерпретации».

3. Впишите пропущенное в тексте слово:

«В современном российском книгоиздании активное развитие получила не дорогостоящая потребительская реклама, а именно перитекст – рекламные возможности ... книг».

4. Впишите пропущенное в тексте слово:

«Задачей некоммерческой (социальной) рекламы является изменение отношения публики к какой-либо проблеме, а в долгосрочной перспективе – создание новых социальных ...».

5. Впишите пропущенное в тексте слово:

«Как показывает статистика, для рядового представителя США, например, вообще неважно, кто написал книгу. Когда разразился скандал вокруг романа Сидни Шелдона «Незнакомец в зеркале» (утверждали, что он присвоил себе авторство), 54% опрошенных

заявили, что не видят в этом ничего плохого, так как в первую очередь интересуются ... книги».

6. Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.
Фирменная реклама – это реклама, которая...

- 1) ...предполагает рекламирование конкретного издания, причем на протяжении всего периода выпуска.
- 2) ... организуется с целью повышения репутации предприятия и создания бренда.
- 3) ... предполагает рекламирование конкретного издания, но только в период стимулирования его сбыта.

7. Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.
Проекционная (трансформационная) реклама – это реклама, которая призвана:

- 1) ...вызвать позитивные эмоции и связать их с рекламируемой книгой
- 2) ... указать на реальные утилитарные свойства рекламируемой книги
- 3) ...трансформировать представления читателя о назначении книги

8. Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.
Определите, какой из перечисленных видов рекламы НЕ относится к прикнижной:

- 1) Аннотация
- 2) Презентация
- 3) Тип обложки
- 4) Слоган серии

9. Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.

Сегодня в России ключевую роль в процессе презентации новых книг обществу играют:

- 1) Издательства
- 2) Книготорговые сети
- 3) Книжные магазины
- 4) Средства массовой информации

10. Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.

Одним из показателей кризиса в отношении к книге в обществе является то, что 37% российских семей не имеют...

- 1) навыков постоянного чтения
- 2) читательского билета одной из библиотек
- 3) домашней библиотеки

Ключи:

- 1) Обусловленное
- 2) Жерар Женетт
- 3) оформления
- 4) ценностей
- 5) содержанием
- 6) 2
- 7) 1
- 8) 2
- 9) 1
- 10) 3

Тест 2 (ИПК 4.2.)

1) О каком специалисте издательства идет речь? Впишите ответ.

«Именно ... несет ответственность и за целостность оформления издания и координацию работы всех специалистов издательства над перитекстом книги.

2) Впишите пропущенное слово:

Издатели, выпустившие на волне успеха романа Оксаны Робски «Больно не будет» книгу «Будет больно» некоей Неробкой Оксаны, использовали так называемый «эффект ...».

3) Определите термин, о котором идет речь в определении:

«Рекламная формула, постоянный рекламный девиз, четкая, ясная и лаконичная формулировка основной темы рекламного обращения».

4) Впишите пропущенный термин:

«Размещение на обложке слогана серии более оправданно. Отдельные издания редко нуждаются в слоганах, чаще это коммуникативная ...».

5) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.

Определите, какой из перечисленных видов прикнижной рекламы НЕ относится к вербальным:

- 1) Шрифт
- 2) Аннотация
- 3) Цитаты из произведения
- 4) Название книги

6) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.

Какой фактор воздействия рекламного коллажа на читателя использован в данной аннотации: «Вы давно хотели освоить гитару? С этой книгой вы будете играть сразу, как только сможете правильно держать инструмент...»:

- 1) Образ автора
- 2) Образ аудитории
- 3) Образ прошлого
- 4) Образ будущего

7) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.

Какие элементы прикнижной рекламы являются основными?

- 1) Имя автора и аннотация произведения
- 2) Имя автора и заглавие произведения
- 3) Название серии и заглавие произведения

8) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.

Размер шрифта, которым напечатано на обложке имя автора, напрямую зависит от...

- 1) Стоимости издания
- 2) Пожелания автора
- 3) Известности автора

9) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.

Лев Николаев как автор романа «Анна Каренина» (издательство «Захаров», 2001 г.)

– это:

- 1) Имя автора

- 2) Псевдоним автора
- 3) Псевдоним-акция

10) Выберите несколько ответов из числа предложенных вариантов.

В случае размещения в книге двойной аннотации, когда одна печатается на традиционном месте после титульного листа, вторая – на обложке:

- А) Аннотации могут дублировать друг друга
- Б) Аннотации могут иметь абсолютно разное содержание
- В) Одна аннотация может быть более расширенной
- Г) Одна из аннотаций может включать дополнительные сведения об авторе

Ключи:

- 1) редактор
- 2) хамелеона
- 3) слоган
- 4) избыточность
- 5) 1
- 6) 4
- 7) 2
- 8) 3
- 9) 9
- 10) А, В, Г

Тест 3 (ИПК 4.3.)

1. Впишите пропущенный в тексте термин:

«Совокупность вербальных и визуальных элементов в оформлении книги иногда определяют термином рекламный ...».

2. Впишите пропущенное в тексте определение:

«В начале XX века большинство книг выходило именно в ..., которая имела откровенно рекламный, плакатный характер и не совпадала по оформлению с переплетом, который был полностью освобожден от рекламной функции».

3. Впишите пропущенное слово:

«Ярко и оригинально сегодня оформляются не только художественные, но и энциклопедические, научные, учебные издания. Если в начале 90-х годов такое оформление книг было своеобразным протестом издателей против аскетичного книгоиздания советских времен, то сейчас оно обусловлено высокой ... во всех сегментах книгоиздательского рынка».

4. Впишите пропущенное определение:

«В России ... обложка была дискредитирована книжным «бумом» начала 90-х, когда в таком виде издавалась большей частью некачественная, «бульварная» литература».

5. О каком издательском термине идет речь?

«Фирменный знак, изображение, которое закрепляет в сознании читателей единство серии изданий и его суть, идею».

6. Впишите пропущенное слово:

«Оригинальный ... названия книг о «Гарри Поттере» стал объектом многочисленных подражаний».

7. Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.

Определите, какой из видов прикнижной рекламы НЕ относится к визуальным:

- 1) Шрифт
- 2) Серийная марка
- 3) Слоган
- 4) Фотография автора

8. Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.

Сегодня большинство книг в России выходят:

- 1) В мягкой, но ярко и обильно иллюстрированной обложке
- 2) В твердой, но ярко и обильно иллюстрированной обложке
- 3) В ярко и обильно иллюстрированной суперобложке

9. Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.

Что предприняло петербургское издательство «Азбука» с целью корректировки имиджа книг в мягкой обложке?

- 1) Снизило стоимость изданий в мягкой обложке
- 2) Начало издавать произведения популярных авторов исключительно в мягкой обложке
- 3) Выпустило в мягком формате произведения классиков

10. Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.

Связь иллюстрации на обложке с содержанием произведения – рискованный оформительский ход, потому что:

- 1) Использование иллюстраций увеличивает стоимость издания
- 2) Квалификация художников-оформителей в России невысока
- 3) Существует опасность неверной трактовки

Ключи:

- 1) коллаж
- 2) суперобложке
- 3) конкуренцией
- 4) мягкая
- 5) серийная марка
- 6) шрифт
- 7) 3
- 8) 2
- 9) 3
- 10) 3

3. Оценочные материалы итогового контроля (промежуточной аттестации) и критерии оценивания

Зачет в седьмом семестре проводится в форме защиты группового проекта. Продолжительность экзамена 1,5–2 часа.

Индикатор компетенции	Оценочные средства
ИПК 4.1. Понимает особенности организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ, их регламентированность гражданским	Оценка первого этапа работы над проектом

законодательством РФ, стандартами и иными нормативными актами.	
ИПК 4.2. В целях организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ определяет целевую аудиторию потребителей, отбирает информацию о ситуации на рынке, использует технологии маркетинговых исследований.	Оценка второго этапа работы над проектом
ИПК 4.3. Использует современные информационные технологии и программные продукты для организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ.	Оценка презентации проекта

В рамках проектной работы студентам предлагается смоделировать комплексную рекламную кампанию по продвижению конкретного издания и дать подробное описание всех элементов прикнижной рекламы и мероприятий внекнижной рекламы и Public Relations. Работа над проектами идет поэтапно, по итогам изучения каждого раздела курса студенты готовят соответствующий фрагмент проекта и презентуют его группе.

При подготовке презентации важно раскрыть тему презентации. Оценивается умение студента логично выстроить текст и грамотно проиллюстрировать его. Студент должен ответить на вопросы, возникающие в процессе презентации.

Требования к оформлению описания проекта:

Описание проекта должно содержать:

название проекта

постановка проблемы

целевое назначение проекта

задачи проекта

участники проекта

основные определения терминов, используемых в работе

методы

результаты исследования

иллюстративный материал

список использованной литературы

Требования к оформлению текста проекта

Текст проекта и отчет о его реализации должны быть набраны в текстовом редакторе WinWord шрифтом Times New Roman размером 12 pt. через 1 межстрочный интервал; страница текста должна иметь поля: левое 2 см, верхнее – 2 см, правое – 1,5 см, нижнее – 2 см., все страницы нумеруются в нижней части листа.

Объем текста проекта должен составлять не более 6 страниц печатного текста.

Требования к процедуре презентации - защите проектов

Соответствие регламенту защиты проектов: регламент защиты – не более 15 минут (презентация – до 7 мин., ответы на вопросы – не более 10 мин.). В процессе презентации необходимо раскрыть следующее: цель, задачи проекта, основные результаты проекта.

Результаты зачета определяются по шкале «зачтено»/«не зачтено».

«Зачтено» – студент принял участие в проектной работе, представил рефлексию своей деятельности в групповом отчете, смог ответить на все вопросы во время защиты проекта, текущие контрольные задания во время освоения курса были выполнены на «отлично» или «хорошо».

«Не зачтено» – студент не принимал участия в проектной работе или выполнил малую часть заданий, не участвовал в защите проекта, текущие контрольные задания во

время освоения курса не были выполнены или выполнены на оценку «неудовлетворительно».

4. Оценочные материалы для проверки остаточных знаний (сформированности компетенций)

Тест

1) Впишите пропущенное слово:

«Коммуникативной основой внекнижной рекламы и определяющим фактом ее существования являются элементы ... рекламы».

2) Впишите пропущенный термин:

«Для привлечения обычных покупателей на книжных выставках-ярмарках раздают плакаты, значки, майки, шары, наклейки на книги, рекламные буклеты и книги в качестве сувенира: все это формирует целенаправленный ... на книгу».

3) О каком элементе прикнижной рекламы идет речь?

«... на обложке, чаще всего, дублируется в пресс-релизах, рекламных объявлениях и иных рекламных текстах».

4) Впишите пропущенное слово:

«В последние годы в России активно используется западная практика «... экранизации», когда на волне успеха фильма или сериала издаются связанные с ним книги».

5) Впишите пропущенное слово:

«Книжные выставки могут быть мероприятием, а могут представлять собой информационные ... в магазинах и на предприятиях».

6) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.

Рекламный метод «продакт плейсмент» - это:

1) Размещение информации о товаре в популярном литературном произведении или кинофильме

2) Размещение информации о новом литературном произведении в кинофильме или телесериале

3) Размещение информации о новом издании в рекламном блоке перед демонстрацией популярного кинофильма

7) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.

Литературный «продакт плейсмент» впервые был опробован в России в романе Дарьи Донцовой «Филе из золотого петушка»:

1) В 1998 году

2) В 2003 году

3) В 2009 году

8) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.

Определите, какой элемент издания НЕ предполагает размещения рекламных объявлений о выходе новых книг:

1) Последние страницы издания

2) Оборот титульного листа

3) Закладные полосы (клапаны) суперобложки

4) Задняя сторона обложки

9) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.
Для книжных магазинов главными способами наружной рекламы становятся:

- 1) Рекламные щиты и плакаты на улицах
- 2) Рекламные тумбы
- 3) Светящиеся панно сити-формата
- 4) Витрины и вывески

10) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.
Наиболее эффективное средство телевизионной рекламы книг:

- 1) Телевизионные сериалы
- 2) Тематические передачи
- 3) Информационные сюжеты в новостях

11) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.
Как осуществляется практика «обратной экранизации» в случае, когда популярный фильм не имеет литературного первоисточника?

- 1) Издается отредактированный сценарий фильма
- 2) Издается книга, написанная по мотивам фильма
- 3) Издается книга с кратким пересказом сюжета и кадрами из фильма

12) Выберите один правильный ответ из числа предложенных вариантов.
Главный компонент Интернет-сайтов издательств и книготорговых сетей:

- 1) Информация о предстоящих культурных мероприятиях
- 2) Приглашение на распродажи и информация о скидках
- 3) Полный ассортимент книжной продукции в виде каталога или прайса

Ключи:

- 1) прикнижной
- 2) спрос
- 3) аннотация
- 4) обратной
- 5) стенды
- 6) 1
- 7) 2
- 8) 2
- 9) 4
- 10) 1
- 11) 2
- 12) 3

Информация о разработчиках

Гнусова Ирина Федоровна, канд. филол. наук, доцент каф. общего литературоведения, издательского дела и редактирования ФилФ ТГУ